

ANALISIS PENGARUH PENERIMAAN MANFAAT, NILAI KEUNTUNGAN, DAN NORMA SUBJEKTIF TERHADAP MINAT BELI KEMBALI LAYANAN STREAMING MUSIK BERBAYAR

(Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro)



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat
Untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1)
Pada Program Sarjana Fakultas Ekonomi
Universitas Diponegoro

Disusun oleh:

CHRISTOPHORUS BINTANG SAPUTRA

NIM. 12010114130136

FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS

UNIVERSITAS DIPONEGORO

SEMARANG

2017

PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama Penyusun : Christophorus Bintang Saputra
Nomor Induk Mahasiswa : 12010114130136
Fakultas/ Jurusan : Ekonomika dan Bisnis/ Manajemen
Judul Skripsi : Analisis Pengaruh Penerimaan Manfaat, Nilai Keuntungan dan Norma Subjektif terhadap Minat Beli Kembali Layanan Streaming Musik Berbayar (Studi pada Mahasiswa FakultasEkonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro)
Dosen Pembimbing : Idris, S.E., M.Si.

Semarang, 22 Juni 2018

Dosen Pembimbing,

Idris, S.E., M.Si.

PENGESAHAN KELULUSAN SKRIPSI

Nama Penyusun : Christophorus Bintang Saputra
Nomor Induk Mahasiswa : 12010114130136
Fakultas/ Jurusan : Ekonomika dan Bisnis/ Manajemen
Judul Skripsi : Analisis Pengaruh Penerimaan Manfaat, Nilai Keuntungan dan Norma Subjektif terhadap Minat Beli Kembali Layanan Streaming Musik Berbayar (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro)
Dosen Pembimbing : Idris, S.E., M.Si.

Telah dinyatakan lulus ujian pada 29 Juni 2018

Tim Penguji

1. Idris, S.E., M.Si. (.....)

2. Drs. H. Mudiantono, M.Sc. (.....)

3. Sri Rahayu Tri Astuti, S.E., M.M. (.....)

PERNYATAN ORISINALITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini saya, Christophorus Bintang Saputra, menyatakan bahwa skripsi dengan judul: “Analisis Pengaruh Penerimaan Manfaat, Nilai Keuntungan dan Norma Subjektif terhadap Minat Beli Kembali Layanan Streaming Musik Berbayar (Studi pada Mahasiswa Fakultas ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro)” adalah hasil tulisan saya sendiri. Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan/atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin, tiru, atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan penulis aslinya.

Apabila saya melakukan tindakan yang bertentangan dengan hal tersebut di atas, baik disengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri. Bila kemudian terbukti bahwa saya melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijasah yang telah diberikan oleh universitas batal saya terima.

Semarang, 22 Juni 2018

Yang membuat pernyataan,

Christophorus Bintang Saputra

12010114130136

ABSTRAK

Perkembangan era digital semakin memudahkan individu untuk melakukan pembajakan musik. Hal tersebut memberikan kerugian yang besar bagi musisi dan perusahaan yang bergerak dibidang industri musik. Layanan streaming musik atau MSS hadir memberikan pilihan individu untuk mengkonsumsi musik dengan cara yang legal, MSS memiliki dua model bisnis, pengguna dapat mendengarkan musik secara gratis dengan kualitas yang rendah dan jeda iklan. Dan pengguna dapat berlangganan dengan mendapatkan fasilitas lebih seperti kualitas suara yang lebih tinggi dan tanpa jeda iklan, namun hasil penelitian terdahulu menyatakan bahwa pengguna layanan streaming musik gratis dapat diasosiasikan dengan pembajakan. Tujuan dari penelitian ini untuk menganalisis penerimaan manfaat, nilai keuntungan dan norma subjektif terhadap minat beli kembali layanan streaming musik berbayar studi pada mahasiswa fakultas ekonomika dan bisnis universitas diponegoro.

Populasi pada penelitian ini adalah mahasiswa aktif fakultas ekonomika dan bisnis universitas diponegoro yang disortir dengan metode sampling. Sampel yang digunakan untuk mewakili populasi memiliki jumlah 150 sampel, dimana terdiri dari 52 jurusan manajemen, 49 jurusan akuntansi, 33 jurusan iesp dan 15 jurusan ekonomi islam.

Hasil penelitian menemukan penerimaan manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli kembali, nilai keuntungan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli kembali, dan norma subjektif berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli kembali.

Kata Kunci : Penerimaan Manfaat, Nilai Keuntungan, Norma Subjektif, dan Minat Beli kembali

ABSTRACT

The development of the digital era makes it easier for individuals to do music piracy. This gives a big loss for musicians and companies engaged in the music industry. The music streaming service or MSS present gives individuals the option to consume music in a legal way, MSS has two business models, users can listen to music for free with low quality and ad breaks. And users can subscribe by getting more facilities like higher voice quality and without ad breaks, but previous research results state that users of free music streaming services can be associated with piracy. The purpose of this study is to analyze the acceptance of benefits, the value of profit and subjective norms on the interest to buy back paid music streaming service studies on the students of economics faculty and business university diponegoro.

The population in this study are active students faculty of economics and business university diponegoro sorted by sampling method. The sample used to represent the population has a total of 150 samples, which consists of 52 management majors, 49 accounting majors, 33 iesp majors and 15 Islamic economics majors.

The results of the study found that perceived usefulness had positive and significant effect on the repurchase intention, the perceived value had positive and significant effect on the repurchase intention, and subjective norm have positive and significant influence on the repurchase intention.

Keyword: *perceived usefulness, perceived value, subjective norms and repurchase intention*

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto:

If you don't give up, you still have a chance.

Giving up is the greatest failure.

Aptitude is what you could become and attitude is what you do become.

Character is your attitude throughout your life.

Dengan penuh rasa syukur, skripsi ini

Penulis persembahkan untuk:

Ayah dan Ibu yang sangat penulis cintai,

Kakak dan keluarga besar yang sangat penulis sayangi.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan atas segala limpahan rahmat dan kasih-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis pengaruh Penerimaan Manfaat, Nilai Keuntungan dan Norma Subjektif terhadap Minat Beli Kembali Layanan Streaming Musik Berbayar (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro). Skripsi ini ditulis untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan Program Sarjana (S1) Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini dapat terselesaikan tidak terlepas dari, bantuan, saran dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala ketulusan dan kerendahan hati penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr, Suharnomo, S.E., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.
2. Bapak Dr. Harjum Muharam, S.E., M.Si selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro yang memberikan bantuan dalam melakukan skripsi ini.
3. Bapak Idris, S.E., M.Si selaku dosen pembimbing yang telah bersedia memberikan bimbingan, arahan, ilmu dan juga saran yang sangat berharga serta meluangkan waktu dan pikiran dengan penuh kesabaran sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

4. Bapak H., Drs. Mudiantono, M.Sc. selaku dosen penguji yang telah memberikan nasehat dan saran.
5. Ibu Sri Rahayu Tri Astuti, S.E., M.M. selaku dosen penguji yang telah memberikan nasehat dan saran.
6. Seluruh dosen dan staf karyawan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro atas segala ilmu dan pengalaman berharga selama menyelesaikan studi
7. Responden yang telah meluangkan waktunya dalam mengisi kuesioner sehingga penyusunan penelitian ini dapat terlaksana dengan baik.
8. Orang tua yang telah memberikan dukungan, kasih sayang, didikan dan arahan serta kesabaran kepada penulis selama ini.
9. Semua pihak yang turut serta mendukung secara langsung maupun tidak kepada penulis dalam menyusun skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini terdapat banyak kekurangan dan kurang sempurna. Oleh karena itu setiap kritik, saran dan masukan sangat diharapkan penulis agar menjadi karya yang lebih baik lagi. Semoga skripsi ini bermanfaat dan memberikan informasi. Akhir kata, terimakasih atas dukungan yang diberikan dari berbagai pihak.

Semarang, 22 Juni 2018

Penulis,

Christophorus Bintang Saputra

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
PENGESAHAN KELULUSAN SKRIPSI	iii
PERNYATAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumusan Masalah	8
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	10
1.3.1 Tujuan Penelitian	10
1.3.2 Manfaat Penelitian	10
1.4 Sistematika Penulisan	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1 Definisi	13
2.1.1 Perilaku Konsumen	13
2.1.2 Penerimaan Manfaat	16
2.1.3 Nilai keuntungan	18
2.1.4 Norma subjektif	19
2.1.5 Minat beli kembali	20
2.2 Landasan Teori	21
2.2.1 Teori Planned Behavior	21
2.2.2 Teori Technology Acceptance Model	23
2.3 Pengaruh Antar Variabel	24

2.3.1 Pengaruh Penerimaan manfaat terhadap Minat beli kembali	24
2.3.2 Pengaruh Nilai keuntungan terhadap Minat beli kembali	24
2.3.3 Pengaruh Norma subjektif terhadap Minat beli kembali	25
2.4 Penelitian Terdahulu	26
2.5 Kerangka Pemikiran	30
2.6 Dimensi Operasional Variabel.....	31
BAB III METODE PENELITIAN.....	33
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	33
3.1.1. Variabel Penelitian.....	33
3.1.2 Definisi Operasional	34
3.2 Populasi dan Sampel Penelitian.....	36
3.2.1 Populasi.....	36
3.2.2 Sampel	37
3.2.3 Penentuan Jumlah Sampel	38
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	38
3.3.1 Data Primer	38
3.3.2 Data Sekunder.....	39
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	39
3.4.1 Studi Pustaka	39
3.4.2 Kuesioner.....	40
3.5 Metode Analisis Data.....	40
3.5.1 Deskriptif	41
3.5.2 Uji Instrumen Data.....	41
3.5.3 Uji Asumsi Klasik.....	42
3.5.4 Analisis Regresi Linear Berganda	44
3.5.5 Pengujian Hipotesis (Uji Goodness of Fit)	45
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	48
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	48
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	48
4.1.2 Gambaran Umum Responden	49

4.1.3 Analisa Data Deskriptif	52
4.2 Uji Instrumen Data	59
4.2.1 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	59
4.3 Uji Asumsi Klasik	62
4.3.1 Uji Normalitas	62
4.3.2 Uji Multikolinieritas	63
4.3.3 Uji Heterokedastisitas	64
4.4 Analisis Regresi Linear Berganda	65
4.5 Pengujian Hipotesis (Uji Goodness of Fit).....	66
4.5.1 Koefisien Determinasi (R^2)	66
4.5.2 Uji Kelayakan Model (Uji F)	67
4.5.3 Uji Pengaruh Kausalitas (Uji t)	68
4.6 Pembahasan	71
BAB V PENUTUP.....	77
5.1 Kesimpulan.....	77
5.2 Implikasi Teoritis.....	78
5.3 Implikasi Manajerial.....	80
5.4 Keterbatasan Penelitian	81
5.5 Saran Penelitian Selanjutnya	82
DAFTAR PUSTAKA	82
LAMPIRAN	88

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Tarif Berlangganan di Spotify	7
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	26
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel dan Indikator	33
Tabel 3.2 Jumlah Mahasiswa Aktif Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro	35
Tabel 4.1 Komposisi Jumlah Responden	47
Tabel 4.2 Distribusi Frekuensi Karakteristik Demografi Responden	48
Tabel 4.3 Jawaban Responden Mengenai Penerimaan Manfaat	52
Tabel 4.4 Jawaban Responden Mengenai Nilai Keuntungan	53
Tabel 4.5 Jawaban Responden Mengenai Norma Subjektif	54
Tabel 4.6 Jawaban Responden Mengenai Minat Beli Kembali	55
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Kuesioner	57
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas Kuesioner	58
Tabel 4.9 Hasil Uji Multikolinieritas	61
Tabel 5.1 Hasil Uji Regresi Berganda	63
Tabel 5.2 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	64
Tabel 5.3 Hasil Uji Statistik F	65
Tabel 5.4 Hasil uji Statistik t	66
Tabel 5.5 Implikasi Teoritis	75

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Komposisi Pengguna Internet Indonesia Berdasarkan Usia	2
Gambar 1.2 Pendapatan Global Industri Rekaman Musik 1999-2017	6
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Penelitian	29
Gambar 4.1 Uji Normalitas dengan Histogram	59
Gambar 4.2 Uji Normalitas dengan Metode Probability Plot	60
Gambar 4.3 Hasil Uji Heterokedastisitas	62

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 DATA PENELITIAN	88
LAMPIRAN 2 HASIL INPUT SPSS	95
LAMPIRAN 3 DATA RESPONDEN	102
LAMPIRAN 4 KUESIONER	106

BAB I

PENDAHULUAN

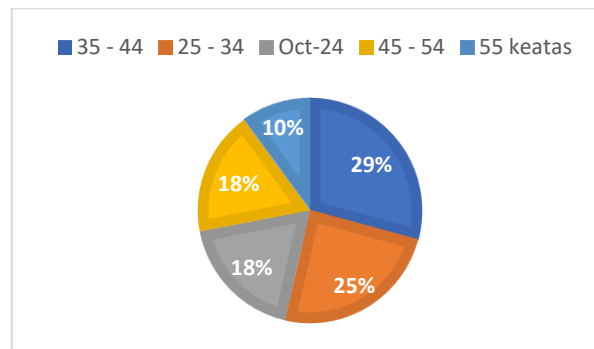
1.1 Latar Belakang Masalah

Pertumbuhan ekonomi sangat dipengaruhi dari dinamika bisnis dalam suatu negara. Salah satu elemen penting dalam mendukung perkembangan bisnis adalah pemasaran. Memperkenalkan sebuah produk dan mempromosikan kepada konsumen agar tertarik membeli merupakan tujuan dari pemasaran. Strategi pemasaran mencakup bagaimana memposisikan sebuah produk pada segmentasi pasar yang dituju agar “nilai” dari produk tersebut dapat dirasakan oleh konsumen. Memberikan pengalaman dan pengetahuan sebuah produk merupakan salah satu strategi yang efektif untuk menyampaikan “nilai” dari produk tersebut kepada konsumen.

Perkembangan yang pesat dalam teknologi berdampak pada perubahan strategi perusahaan dalam memasarkan produk. Perkembangan teknologi yang memudahkan penggunaan internet dari berbagai perangkat, dapat di manfaatkan dalam berbagai fasilitas online seperti media sosial yang sering digunakan oleh calon konsumen dalam melakukan promosi. Dengan berbagai media digital yang populer sekarang ini, perusahaan dapat membuat konten kreatif dalam mempromosikan produk yang termasuk dalam *e-commerce*. Dengan cara tersebut perusahaan dapat menyampaikan sebuah pesan dan memberikan pengalaman unik kepada calon konsumen agar tertarik dan mendorong keinginan konsumen untuk menggunakan produk tersebut. Menurut

hasil survey APJII pengguna internet di Indonesia pada tahun 2016 mencapai 132,7 juta dengan komposisi berdasarkan usia.

Gambar 1.1
Komposisi Pengguna Internet Indonesia
Berdasarkan Usia (%)



Sumber : Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, tahun 2016

Perkembangan penggunaan internet tersebut menjadi peluang untuk pemasaran dalam media *e-commerce* yang didominasi pada usia produktif. E-commerce sendiri menurut Wong (2010) adalah pembelian, penjualan dan pemasaran barang serta jasa melalui sistem elektronik.

Perubahan model bisnis ini juga terjadi dalam dunia musik, dengan munculnya perusahaan yang membuat layanan *streaming* membuat para musisi dan perusahaan rekaman merubah cara memasarkan produk atau lagu untuk mengurangi resiko pembajakan musik. Resiko tersebut secara efektif melemahkan perlindungan hak cipta, pembajakan musik mungkin menimbulkan malapetaka dengan tujuan memaksimalkan kesejahteraan masyarakat (Aguiar dan Martens, 2016). Perilaku pembajakan musik ini

terjadi karena kurangnya kesadaran terhadap resiko dengan melakukan pembajakan dan juga dari perilaku lingkungan sosial atau kelompok sosial terdekat dari individu. Borja dan Dieringer (2016) menemukan perilaku pembajakan musik didukung karena dapat diterima secara sosial dan rendahnya moral yang menyebabkan menarik untuk ditiru. Sehingga ketika melakukan pembajakan musik tidak memikirkan resiko dan perasaan bersalah karena lingkungan sosial tidak memberikan respon negatif dari moral pembajakan yang sebenarnya melanggar peraturan yang berlaku karena pembajakan dapat merugikan musisi dan para pelaku dunia musik lainnya secara finansial. Kusumawati, et al (2014) mengatakan bahwa dampak negatif dari era digital untuk industri musik adalah kemudahan dalam mengunduh musik melalui berbagai website yang menyediakan produk musik ilegal, yang membuat volume penjualan produk musik yang dijual secara legal terus mengalami penurunan. Dalam Undang-Undang nomor 28 tahun 2014 pasal 9 ayat 3 disebutkan Setiap Orang yang tanpa izin Pencipta atau Pemegang Hak Cipta dilarang melakukan Penggandaan dan/atau Penggunaan Secara Komersial Ciptaan. Menurut Anang (CNN Indonesia, 2015) UU no. 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta sudah cukup baik daripada sebelumnya, namun implementasi UU tersebut belum maksimal.

Berdasarkan laporan *International Federation of the Phonographic Industry* atau IFPI (2012) secara global pengguna yang mengunjungi layanan tidak berlisensi perbulan mencapai 28%, layanan tidak berlisensi mengacu pada layanan P2P dan non-P2P yang dipilih untuk mengakses musik dan konten lainnya. Ari Juliano Gema

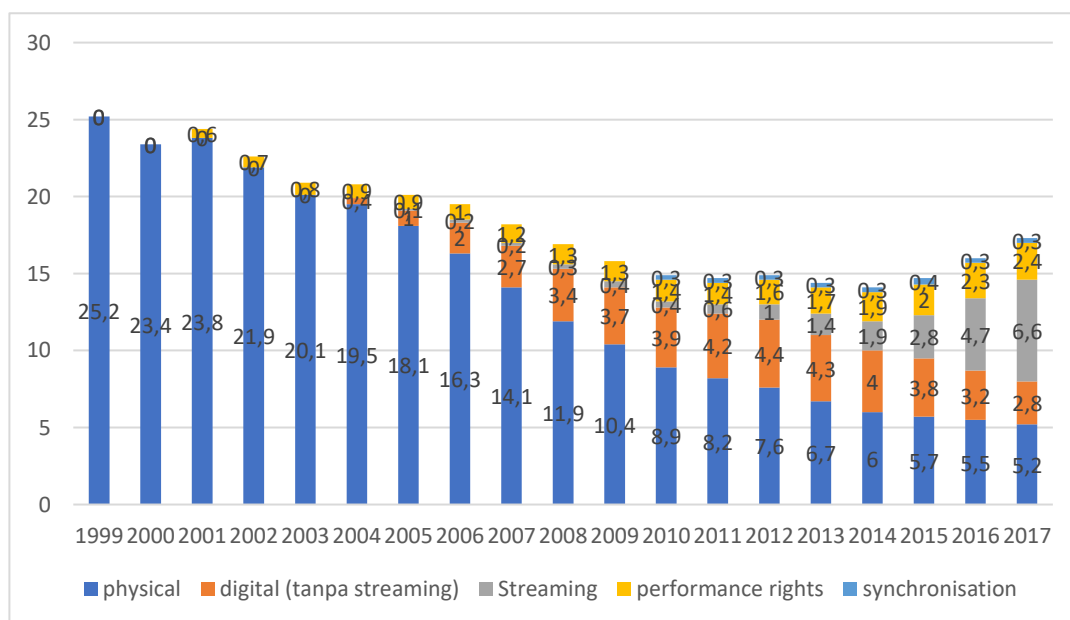
sebagai ketua Badan Ekonomi Kreatif (Kompas, 2015) mengatakan bahwa musik bajakan di Indonesia telah menguasai 95,7 persen, sementara musik legal penjualannya tinggal 4,3 persen dan data dari hasil survey ASIRI atau Asosiasi Industri Musik Indonesia menyebutkan total kerugian industri dari pembajakan fisik dan digital total mencapai 11,9 triliun dengan jumlah terbesar dari pembajakan digital sebesar 8,4 triliun dan dalam satu tahun terdapat 2,8 milyar lagu yang diunduh secara gratis dan tanpa ijin para pemilik hak. Aguiar dan Martens (2016) menyatakan untuk memahami efek dari pembajakan perlu melihat dari perspektif kebijakan publik. Kusumawati, et al (2014) mengatakan penurunan penjualan musik disebabkan oleh perkembangan teknologi yang memungkinkan orang membuat compact disk (CD) bajakan dan musik yang didownload secara illegal. Populasi usia muda cenderung tidak menyadari penalti hukum dan denda dari pembajakan atau hanya percaya bahwa mereka tidak akan menghadapi konsekuensi pembajakan (Borja dan Dieringer, 2016). Pembajakan dipengaruhi dari berbagai faktor seperti *attitude*, sulit mengendalikan diri dan pembelajaran sosial serta adanya hubungan lamanya interaksi dengan kelompok sosial yang juga membajak atau pengalaman mendownload sebelumnya bisa membuat perilaku pembajakan terlihat normal dan bisa diterima (Hampton, 2017).

Borja dan Dieringer (2016) menemukan pengguna layanan streaming musik memiliki rendahnya resiko virus yang masuk dalam computer dan tidak ada ancaman penjara ataupun denda, sedangkan pembajakan memiliki resiko “infeksi” pada computer, denda, dan ancaman penjara. Hampton (2017) menemukan manfaat dari

sistem streaming musik berasosiasi dengan mengurangi niat untuk membajak, manfaat yang dapat dirasakan oleh pengguna dari berbagai hal seperti kemudahan penggunaan aplikasi dan fasilitas yang didapat untuk menunjang kreatifitas individu untuk mengekspresikan diri, inspirasi dan explorasi, melalui musik seseorang dapat melihat dan menilai lingkungan mereka dengan cara yang baru dan dengan model bisnis yang baru dapat memberikan kesempatan bagi pengguna untuk bereksperimen dan mendapatkan nilai keuntungan yang menarik bagi pengguna. Aguiar dan Martens (2016) dalam penelitiannya analisis dengan data artis dan konsumsi musik gratis pada Spotify menemukan artis yang paling banyak didengar di Spotify dalam seminggu cenderung juga paling banyak yang dibajak. Layanan streaming gratis pada khususnya dapat menarik konsumen baru yang sebelumnya tidak aktif atau memperoleh musik terutama melalui saluran yang tidak sah (Wlomert dan Papies, 2016). Penjualan musik digital secara online menawarkan opsi lain untuk mendapatkan musik, karena konsumen hanya akan membeli musik dari artis atau band favorit atau band terkenal, yang membuat konsumen merasa mendapatkan timbal balik yangimbang (Kusumawati, et al, 2014). Individu memiliki kebutuhan akan komunitas, berbagi musik mendukung pembangunan komunitas, hal ini dilakukan dengan memungkinkan individu untuk mengekspresikan perasaan dan pikiran (Hampton, 2017). Menurut Irfan (CNN Indonesia, 2016) hadirnya layanan semacam Spotify semakin memperbanyak pilihan agar masyarakat semakin tahu cara yang tepat untuk menikmati musik yang tidak melanggar hukum. Pendapatan format fisik pada tahun 2016 menurun 7,6% , dan pendapatan dari penjualan musik digital bertumbuh 17,7% sebesar 7,8 miliar USD

(IFPI, 2017). Berdasarkan data IFPI tahun 2018 layanan streaming telah menjadi penggerak dari pertumbuhan pendapatan mencapai 41,1% dan untuk pertama kalinya, menjadi sumber pendapatan tunggal terbesar, pada akhir 2017, terdapat 176 juta akun pengguna layanan streaming berbayar secara global dengan penambahan sebanyak 64 juta pengguna. Pendapatan digital secara global mencapai total \$17,3 triliun pada tahun 2017, hal ini merupakan salah satu pertumbuhan industri yang paling cepat sejak IFPI mulai melacak penjualan industri. Pangsa pasar layanan streaming musik di Indonesia pada tahun 2016 mencapai 10% dan meningkat pada tahun 2017 mencapai 26%, data tersebut diperoleh dari hasil survey ASIRI atau Asosiasi Industri Rekaman Indonesia.

Gambar 1.2
Pendapatan Global Industri Rekaman Musik
1999-2017 (US\$ miliar)



Sumber : laporan IFPI 2018

Layanan musik streaming menawarkan dua model bisnis kepada konsumen, yaitu dapat mendengarkan lagu secara legal tanpa membayar namun terdapat iklan dan kualitas suara yang lebih rendah, atau berlangganan untuk menambah akses ke konten tanpa ada jeda iklan dan dengan kualitas suara yang lebih baik. Salah satu layanan streaming musik yaitu Spotify memberikan pelayanan berbayar yaitu dengan berlangganan Spotify Premium, salah satunya dengan membayar Rp. 49.990 / bulan pengguna mendapat berbagai fasilitas seperti tanpa iklan, dapat mendengarkan lagu secara *offline*, kualitas audio yang lebih baik. Berikut daftar tarif langganan Spotify Premium untuk personal :

Tabel 1.1
Tarif Berlangganan di Spotify

DURASI	TARIF (Rupiah)
1 Bulan	49.990
3 Bulan	149.970
6 Bulan	299.940
1 Tahun	599.880

Sumber : Spotify, diakses pada tanggal 23 September 2017

Borja dan Dieringer (2015) menyatakan layanan streaming dikaitkan dengan konsumen yang menguasai teknologi yang merasa nyaman dengan mendownload software, berbagi file digital dan pembajakan musik dan menemukan bahwa musik

streaming menjadi faktor penjelas yang kuat dari pembajakan musik. Borja dan Dieringer (2016) menemukan bahwa penggunaan layanan streaming musik gratis menjadi pelengkap pembajakan musik, karena pengguna dapat mengakses secara online berbagai jenis lagu tanpa memiliki konten, hal tersebut dianggap sebagai pelengkap pembajakan yang dimana membiarkan pembajak sebagai contoh dapat mendengarkan lagu artis baru atau hits dan kemudian mendownload lagu tersebut tanpa membayar, dengan logit model ditemukan bahwa layanan streaming meningkatkan kemungkinan pembajakan sebesar 11% mendukung sample dari ciri musik streaming.

Pokok perhatian dari penulis adalah ingin menganalisis pengaruh penerimaan manfaat, nilai keuntungan dan norma subjektif terhadap minat berlangganan kembali. Dalam studi kasus pengguna layanan streaming musik berbayar terhadap mengurangi perilaku pembajakan musik.

Atas penjelasan terhadap masalah yang dibahas, kemudian peneliti ingin meneliti masalah tersebut dengan judul: **“Analisis Pengaruh Penerimaan Manfaat, Nilai Keuntungan, Norma Subjektif terhadap Minat Beli Kembali Layanan Streaming Musik Berbayar (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro)”**

1.2 Perumusan Masalah

Para penikmat musik sebagai konsumen menyadari bahwa perilaku pembajakan musik selain memberikan kerugian yang besar bagi musisi dan perusahaan rekaman musik memiliki resiko yang berdampak pada pelanggaran hukum. Akan tetapi

dengan persepsi lingkungan sosial dan kelompok sosial bahwa perilaku tersebut dapat diterima, konsumen tetap melakukan pembajakan musik. Dengan kemudahan penggunaan internet, pengguna dapat mengunduh berbagai lagu melalui website yang menyediakan lagu ilegal. Dengan perkembangan teknologi para pelaku bisnis musik mengeluarkan inovasi layanan streaming musik yang diharapkan dapat mengurangi perilaku pembajakan. Aplikasi layanan streaming musik memiliki dua model layanan, yaitu dengan layanan gratis dan layanan berbayar yang memiliki keuntungan lebih dalam penggunaan aplikasi layanan streaming musik tersebut. Pada pengguna layanan streaming gratis cenderung untuk melakukan pembajakan kembali, oleh karena itu penelitian ini melihat perilaku dari pengguna layanan streaming berbayar.

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka dapat dirumuskan pertanyaan penelitian sebagai berikut :

1. Apakah terdapat pengaruh penerimaan manfaat terhadap minat beli kembali layanan streaming musik pada mahasiswa Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro ?
2. Apakah terdapat pengaruh nilai keuntungan terhadap minat beli kembali layanan streaming musik mahasiswa Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro ?
3. Apakah terdapat pengaruh norma subjektif terhadap minat beli kembali layanan streaming musik pada mahasiswa Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro ?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini diantaranya adalah:

1. Untuk menganalisis pengaruh penerimaan manfaat terhadap niat berlangganan kembali layanan streaming musik
2. Untuk menganalisis pengaruh nilai keuntungan terhadap niat berlangganan kembali layanan streaming musik
3. Untuk menganalisis pengaruh norma subjektif terhadap niat berlangganan kembali layanan streaming musik

1.3.2 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini diantaranya adalah:

1. Bagi Peneliti

Adanya tambahan pengetahuan mengenai pengaruh penerimaan manfaat, nilai keuntungan dan norma subjektif terhadap layanan streaming musik dalam bisnis musik yang dapat menjadi acuan untuk bahan referensi dasar pengembangan penelitian berikutnya.

2. Bagi pelaku bisnis musik

Dapat mengetahui perilaku konsumen yang bisa menjadi acuan untuk menciptakan strategi dalam memasarkan dan menjual musik di masa yang akan datang.

3. Bagi Masyarakat

Dapat memberikan pengetahuan dan kesadaran akan resiko perilaku pembajakan.

1.4 Sistematika Penulisan

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan latar belakang tentang perilaku konsumen, harga, persepsi resiko, konsumsi waktu online dan adopsi layanan streaming terhadap perilaku pembajakan, rumusan masalah penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini membahas tentang teori dasar yang mendukung penelitian mengenai mengurangi perilaku pembajakan dan definisi variabel perilaku konsumen, harga, persepsi resiko dan konsumsi waktu online , penelitian terdahulu, kerangka pemikiran dan hipotesis.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisi tentang metode penelitian yang menjelaskan definisi operasional variabel, variabel penelitian, populasi dan sampel

penelitian beserta jenis dan sumber data, metode pengumpulan dan metode analisis data

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Menjelaskan hasil dari analisis data dari penelitian yang dilakukan dan penjelasan mengenai hasil penelitian.

BAB V : PENUTUP

Menjelaskan tentang kesimpulan hasil, batasan dan saran.